

Universidad del Salvador

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social**

Tesis Monográfica
**“La tecnología interactiva y el nuevo paradigma
comunicacional”**

Sergio D. Habegger
Julio.- 1997

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

Página

- INTRODUCCION

2

CAPITULO 1

- Los componentes del proceso comunicativo	4
- La comunicación como proceso	5
- Características de la comunicación de masas	6
- Posibilidades de interacción que ofrece el actual sistema de medios de comunicación de masas	8
- Niveles de interdependencia entre la fuente y el receptor.	
La interacción como ideal de la comunicación	10
- Adelantos tecnológicos e interactividad	16

CAPITULO 2

- Primeras consideraciones	20
- La digitalización	
Aspectos técnicos	20
Digitalización y nueva estructura de medios	21
- La fibra óptica	23
Fibra óptica y éter	24
- Diferentes medios interactivos	25
- Internet	
Historia	28
Qué es Internet	29
Qué hay en Internet	30
Qué hay detrás de Internet	35
Acceso a la información y posibilidades de interacción	36
Otras ventajas	39
Caso Time-Cyberporn	44

CAPITULO 3

- La prensa escrita hacia la interactividad: el diario electrónico	
Antecedentes	47
Una mirada a la actualidad y el futuro de la prensa electrónica	48
- Televisión e interactividad	
Antecedentes	53
Experiencias actuales	56
Time Warner: Full Service Network	56
Videoway	57
- El futuro: TV interactiva y Pc	57
- Diferencias entre interactividad en TV y computación	59
- Evolución tecnológica y comercial de ambos negocios	59
- Evolución y potencialidades de la industria	60
- El gran cambio	61
- Características de los medios de comunicación del mañana	61
- Hacia una masificación no excluyente de las nuevas tecnologías	63

- CONCLUSIONES

65



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

- Introducción

Los progresos tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones y la informática nos plantean un nuevo paradigma comunicacional, que se aleja del modelo unidireccional y vertical en el que se basan las relaciones del receptor con los medios masivos de la actualidad, y en donde el concepto de interacción, propio de una verdadera definición de comunicación, se hace real.

Si bien tanto emisor como receptor forman parte del proceso comunicacional, los mass media nos han acostumbrado a una relación que hasta podríamos definir como de dominio de uno -el primero- sobre el otro. Más que un hecho comunicacional, casi la única dimensión que se ha alcanzado en la comunicación de masas es el monólogo. Esta verdadera revolución en el campo de las telecomunicaciones que se ha dado en los últimos años -con la Red Internet tal vez como la cara más visible de este fenómeno, unido al desarrollo de la tecnología interactiva en los actuales mass media- provocará profundos cambios en la relación que los receptores tengan en el futuro con sus medios. La interactividad, en este sentido, plantea un nuevo tipo de modelo comunicacional en donde se advierte un verdadero "traspaso de poder", transformando al receptor en un sujeto activo de dicho proceso.

Tal vez el cambio más profundo que se esconde tras el fenomenal desarrollo tecnológico de fines de siglo, oculto por las maravillas de estas nuevas tecnologías, es la verdadera transformación radical de la naturaleza misma de los medios de comunicación de masas.

La intención del presente trabajo va más allá de la descripción técnica de este desarrollo. Intenta fundamentalmente desentrañar cuáles son las características esenciales que este cambio (traspaso de poder) aporta para un nuevo modelo de comunicación mediada del futuro, que amenaza con barrer muchas de las formas que utilizamos para relacionarnos en la actualidad.

En una primera parte se abordará la relación existente hasta el momento, entre los medios masivos de comunicación de la actualidad y los receptores de los mismos como sujetos casi pasivos del proceso de comunicación, apoyando nuestro análisis sobre las características propias del proceso de comunicación de masas. Cuáles son las diferencias que estos medios tienen en sus posibilidades de interacción con sus receptores, en relación al nuevo paradigma comunicacional que plantea el desarrollo de las nuevas tecnologías interactivas.

En segundo lugar, se analizará la perspectiva futura inmediata que estos cambios y adelantos tecnológicos ya mencionados causarán en la relación emisor-receptor, siempre teniendo como eje de análisis el rol de sujeto pasivo-activo del proceso de comunicación, a partir del análisis del tema Internet, tal vez la cara más visible de este fenómeno.

Por último, se analizará la perspectiva futura de los medios tradicionales y su adaptación a los profundos cambios que el desarrollo tecnológico implica, considerando también cuales serán las causas que llevarán a que este desarrollo alcance un grado de masificación no excluyente que otorgue una verdadera dimensión a este nuevo modelo comunicacional. Apuntando

fundamentalmente a que esta universalización se alcanzará, entre otras causas, con la potenciación de la naturaleza interactiva del desarrollo tecnológico informático junto a la probada penetración masiva de los medios de comunicación de la actualidad.

Es, en síntesis el propósito de esta tesis, demostrar de que manera estos profundos cambios en la oferta tecnológica que se nos presentan, incidirán en la relación que el receptor tendrá con los diferentes medios de comunicación en el futuro. El crecimiento exponencial de la informática conlleva una naturaleza distintiva para el desarrollo de nuevas vías de comunicación, que aseguran una transformación del rol del receptor en el proceso comunicativo, otorgándole un traspaso de poder que crea un nuevo modelo comunicacional que democratiza las relación existente entre los diferentes componentes del proceso comunicativo.

Hipótesis:

El desarrollo de sistemas interactivos conllevan una revolución democratizadora de los medios de comunicación, al provocar un traspaso de poder que modifica radicalmente la relación existente entre los componentes del proceso comunicativo, creando un nuevo paradigma comunicacional que alcanzará un grado de masificación universal, en la unificación de la naturaleza interactiva -ideal del concepto de comunicación- del desarrollo tecnológico informático, con la probada penetración masiva de los medios de comunicación de la actualidad.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO 1

Los componentes del proceso comunicativo

El concepto "proceso de la comunicación" implica la existencia de ciertas variables indispensables para que el mismo se produzca. Se dice entonces, que el proceso incluye la coexistencia de un emisor, un canal, un mensaje y un receptor. Es esta la estructura básica, la columna principal sobre la cual se posa cualquier análisis primario sobre la conceptualización de la comunicación entendida como "alguien que le dice algo a otro". Para que esto ocurra entonces, se hace necesaria la presencia de un emisor que por un canal determinado comunique su mensaje a un receptor.

La mayoría de los teóricos de la comunicación han establecido estos cuatro factores básicos (emisor, mensaje, canal, receptor) para que un proceso comunicativo se produzca.

En su libro *Rétorica*, Aristóteles dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. Quiso decir con ello que cada uno de estos elementos es necesario para la comunicación y que podemos organizar nuestro estudio del proceso de acuerdo con tres variables: 1) la persona que habla, 2) el discurso que pronuncia y 3) la persona que escucha.

La mayoría de nuestros modelos corrientes de comunicación son similares al de Aristóteles, aún cuando en cierta forma más complejos. Uno de los modelos contemporáneos más utilizados fue desarrollado por el matemático Claude Shannon en 1947 y puesto al alcance de todo el público por Warren Weaver. Shannon y Weaver ni siquiera se referían a la comunicación humana; hablaban de comunicación electrónica. En realidad, Shannon trabajaba para el Laboratorio Telefónico Bell. Sin embargo, hubo científicos de la conducta que descubrieron que el modelo de Shannon y Weaver resultaba útil para describir la comunicación humana.

El modelo de Shannon y Weaver es ciertamente compatible con la teoría de Aristóteles, y ofrece a su vez grandes similitudes con los otros modelos de comunicación desarrollados por Schramm, Westley y MacLean, Fearing, Johnson y otros.

Shannon y Weaver dijeron que los componentes de la comunicación incluyen: 1) una fuente, 2) un transmisor, 3) una señal, 4) un receptor y 5) un destino. Si por fuente entendemos el orador, por señal el discurso, y por destino al que escucha, tenemos el modelo aristotélico, más dos elementos agregados: el transmisor que envía el mensaje original y el receptor que lo capta para hacerlo llegar al destinatario. Estos dos elementos pueden ser redefinidos como el *canal* que posibilita la emisión y recepción del mensaje.

De esta manera se observa que los teóricos de la comunicación concuerdan en afirmar que los componentes básicos de cualquier proceso comunicativo, tal como lo dijimos al comienzo, son: una fuente o emisor, un mensaje, un canal y un receptor.

David Berlo, en su libro *el "Proceso de la Comunicación"*, introduce a este esquema, dos nuevos componentes:

El *encodificador*, o sea, el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

El *decodificador*, es decir, el encargado de retraducir, decodificar el mensaje y darle la forma que sea utilizable para el receptor.

Asimismo, Umberto Eco, en su libro "La estrategia de la ilusión", incorpora otros elementos a la descripción del proceso comunicativo.

La cadena comunicativa -dice Eco- presupone una *fuentes* que, mediante un *transmisor*, emite una *señal* a través de un *canal*. Al extremo del canal, la señal se transforma en *mensaje* para uso del *destinatario* a través de un *receptor*. Esta cadena de comunicación normal prevé naturalmente la presencia de un *ruido* a lo largo del canal, de modo que el mensaje requiere una *redundancia* para que la información se transmita en forma clara. Pero el otro extremo fundamental de esta cadena es la existencia de un *código* común a la fuente y al destinatario.

Es necesario admitir que la descripción de la cadena comunicativa que realiza Eco, se ajusta a una análisis más profundo de los diversos puntos que intervienen en la mecánica misma de la comunicación. Fuente y emisor (Eco lo llama transmisor) son conceptos que deben estar diferenciados. Así como es importante destacar también la importancia que el código, el ruido, etc. tienen en el proceso comunicativo.

Para la elaboración del presente trabajo, sin embargo, vamos a obviar los elementos incorporados por Eco. No es nuestra intención analizar las causas que permiten que una comunicación sea posible o efectiva (el ruido, la redundancia, etc.), sino descifrar la interrelación existente (y la que las nuevas tecnologías ofrecerán) entre dos componentes del proceso: emisor y receptor. A partir de ahora vamos a designar indistintamente a la fuente y al emisor como un sólo componente, aún cuando es necesario destacar sus diferencias. De esta manera, para un mejor análisis, simplificaremos a los componentes del proceso comunicativo como: fuente o emisor, canal, mensaje y receptor.

La comunicación como proceso

Una vez definidos los componentes que intervienen en el proceso comunicativo, intentaremos definir el concepto mismo de la palabra proceso.

Una de las características más comunes de cualquier estudio que se realice sobre las diferentes teorías acerca de la comunicación humana, es que la mayoría de los autores, investigadores y especialistas definen esta comunicación como un "proceso". ¿Qué significa entonces que algo sea un "proceso"?

El diccionario define "proceso" como "cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo", o también como "cualquier operación o tratamiento continuos". Quinientos años antes de Cristo, Heráclito señaló la importancia del concepto de proceso cuando afirmó que un hombre no puede bañarse dos veces en el mismo río, pues de una a otra vez han cambiado tanto el uno como el otro.

Si aceptamos este concepto de proceso, consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir,